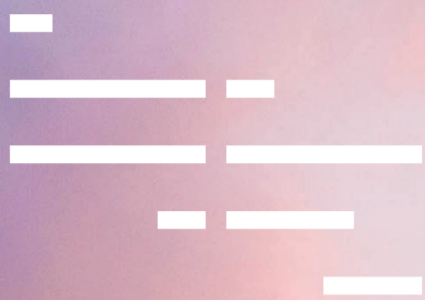


STORMEN



STRATEGI
FOR STORMEN KONSERTHUS

2023-2026



1. Stormen mot 2026

For noen år siden hastet folk over den litt nakne og forblåste plassen nede ved havna, på vei til en av de mange oppstilte bussene. Noen år senere var Stormenkvartalet et faktum og bak den vakre fasaden raget scenetårnene til konserthuset som løfter om en annen type reiser enn bussreiser, reiser i tid og rom skapt av opplevelser. Nå, ni år etter åpningen i 2014, kan vi konstatere at vi har fått et fantastisk konserthus og et bibliotek med masse liv og aktivitet. Det er heller ingen tvil om at kulturkvartalet innebærer et stort løft for Bodø og regionen. Derfor kjenner vi i Stormen på en sterk forpliktelse til å gjøre enda mer for å gjøre Bodø til en flott by å bo i, både for oss som allerede er her og de vi vil at skal komme å bygge byen videre sammen med oss.

Vi har gått gjennom en vanskelig tid med pandemi og ettervirkningene påvirker enda vårt arbeid med å skape kulturtilbud til flere, både når det gjelder økonomi, publikum og program. Men vi er sterkt opptatt av å stå gjennom utfordringene med tanke på samfunnsoppdraget. I 2024 skal Bodø være Europeisk Kulturhovedstad, og Stormen vil ha en sentral rolle i den begivenheten. Vi har likevel valgt å sette "Stormen mot 2026" som overskrift for å markere at det er folket i Bodø som står i sentrum for oss. Det er ikke det som skjer i 2024 som er viktigst, men hvordan vi klarer å bruke det som en katalysator for det som skal skje før og etter.

Vi har ikke alle svarene, men det vi har satt som rettesnor for oss selv er at:

- **Vi skal skape større opplevelser for flere**
- **Bli en enda viktigere ressurs for kulturmiljøene**
- **Bli et enda bedre vertskap**

Strategiplanen beskriver retningen for Stormen i årene fremover og hvilke prioriteringer og mål vi skal styre etter. Den setter retningen for arbeidet med vår identitet og hvordan vi posisjonerer oss i forhold til samfunnslivet i Bodø, nasjonalt og internasjonalt. Til sist beskriver den hvordan vi oppnår vår visjon, misjon og oppdrag.



2. Eier og eierstrategi

Stormen Konserthus KF er eid av Bodø Kommune og virksomheten er dermed forankret både i relevant lovgivning og i bystyrets beslutninger.

Bystyret i Bodø Kommune vedtok i 2018 en eierstrategi for Stormen KF. Denne strategien er direkte førende for utviklingen av denne Stormens strategi. Kravene fra eierstrategien er blant annet:

- Stormen Konserthus Bodø KF skal legge Bodø kommunes overordnede kulturstrategi og politikk til grunn for alt sitt arbeid.
- Stormen skal være en møteplass, smeltedigel og formidlingsarena som løfter frem lokal kunst og kulturproduksjon, samtidig som det er en arena for presentasjon av stjerner i verdensklasse Stormen KF skal videreutvikles som en attraktiv møteplass for kommunens innbyggere
- Stormen skal ved større utviklingsprosjekter (over 3 mill kr) innhente særskilt godkjenning (egen sak) i form av vedtak hos bystyret
- Stormen skal integrere samfunnsansvar i tjenesteproduksjonen. Foretaket skal blant annet ha en klar miljøprofil
- Stormen har ansvaret for forvaltning og drift og kulturbyggene tilknyttet Stormen kulturkvartal. Ansvaret skal forvaltes i tett dialog med UE-avdelingen i Bodø kommune med det formål å nyttiggjøre kompetanse og felles ressurser der dette er mulig.

Konserthuset er også med i Bodø Kommunes Kommunedelplan for kultur 2018-2027 hvor det fremgår at: "... Stormen konserthus skal være et ledende kulturhus for kulturformidling og opplevelser."

Stormen Konserthus har i kraft av bestillingene fra eier en bred portefølje av oppgaver og ansvar som overordnet kan inndeles i 4 kategorier:

- Drift, vedlikehold og utvikling av Stormenkvartalets bygg.
- Vertskap og utleie for kulturaktører og andre.
- Egenproduksjon og egenprogrammering av kulturopplevelser
- Bidra til utvikling av kulturlivet både lokalt og regionalt

Dette ansvaret gjenspeiles i denne strategien.

3. Våre verdier

TÅRE

TILLITSFULLE - ÅPNE - RAUSE - ENGASJERTE

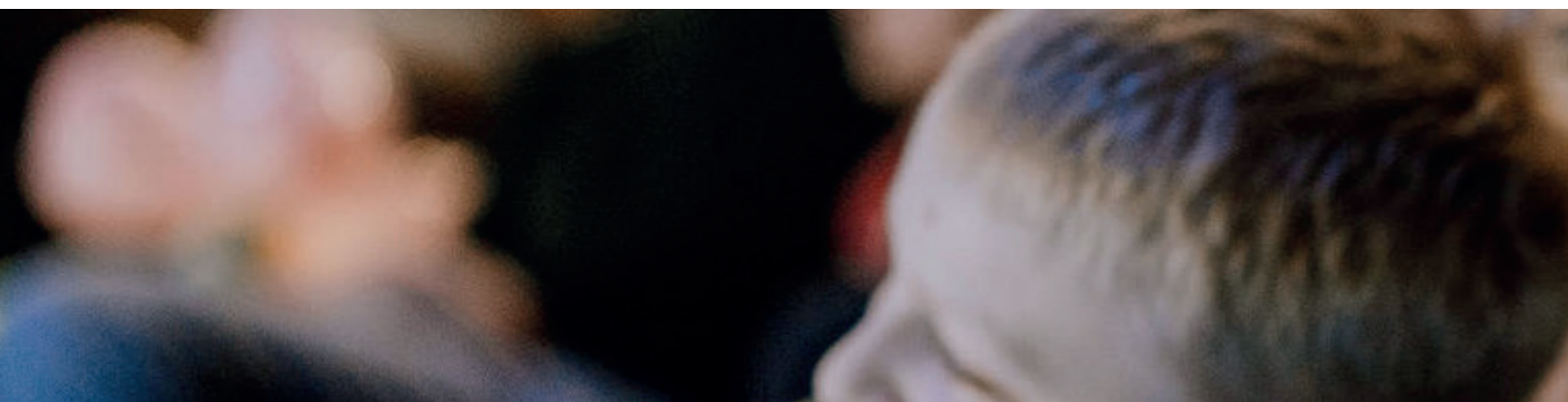
Våre verdier er kjernen i vår strategi og gjenspeiles i vårt arbeid internt og eksternt, i våre strategiske valg og i vår kommunikasjon. Akronymet TÅRE kommer fra en overbevisning om at når vårt arbeid er båret av et felles sett av sterke verdier, har det direkte betydning for publikum. Når publikum får en sterk opplevelse hos oss, er de tårene som kommer til syne i øyenkroken et direkte resultat av en samlet innsats båret av et felles verdisett blant alle ansatte i Stormen.

4. Misjon

Vårt formål er å gjøre Bodø og omegn til et enda bedre sted å bo.

Gjennom vår misjon B.O.D.Ø skaper vi:

B erikelse
O pplevelser
D rivkraft
Ø kt tilhørighet



5. Visjon

Stormen Konserthus har et viktig oppdrag overfor befolkningen i Bodø og i regionen som et ledende kulturhus for kulturformidling og opplevelser. Eierstrategien fra 2018 innebar et skifte i retning fra at være et utleiehus til et åpent kulturhus for alle. Denne nye retningen er kjernen i Stormens visjon:

Stormens visjon er å være et KULTURELT KRAFTSENTER som skal...

Skape større opplevelser for flere:

Vi ønsker at enda flere skal få oppleve de kvalitetene og mulighetene som ligger i Stormen. Derfor skal konserthuset ha et aktivt grep om programtilbudet, være målrettet i tilbudet og øke andelen av egne produksjoner.

Bli en enda viktigere ressurs for kulturmiljøet:

Stormen skal bidra til å skape aktivitet og realisere drømmer for de som driver med kultur i Bodø. Det oppnår vi best i tett dialog med alle de flotte kulturmiljøene.

Bli et enda bedre vertskap:

Vi tror at de fleste føler seg velkommen når de er på Stormen i dag, både i store og små anledninger. Samtidig ønsker vi å bli enda bedre til å skape en tilhørighet som gjør at vi blir en enda litt viktigere del av hverdagen til folk i Bodø.

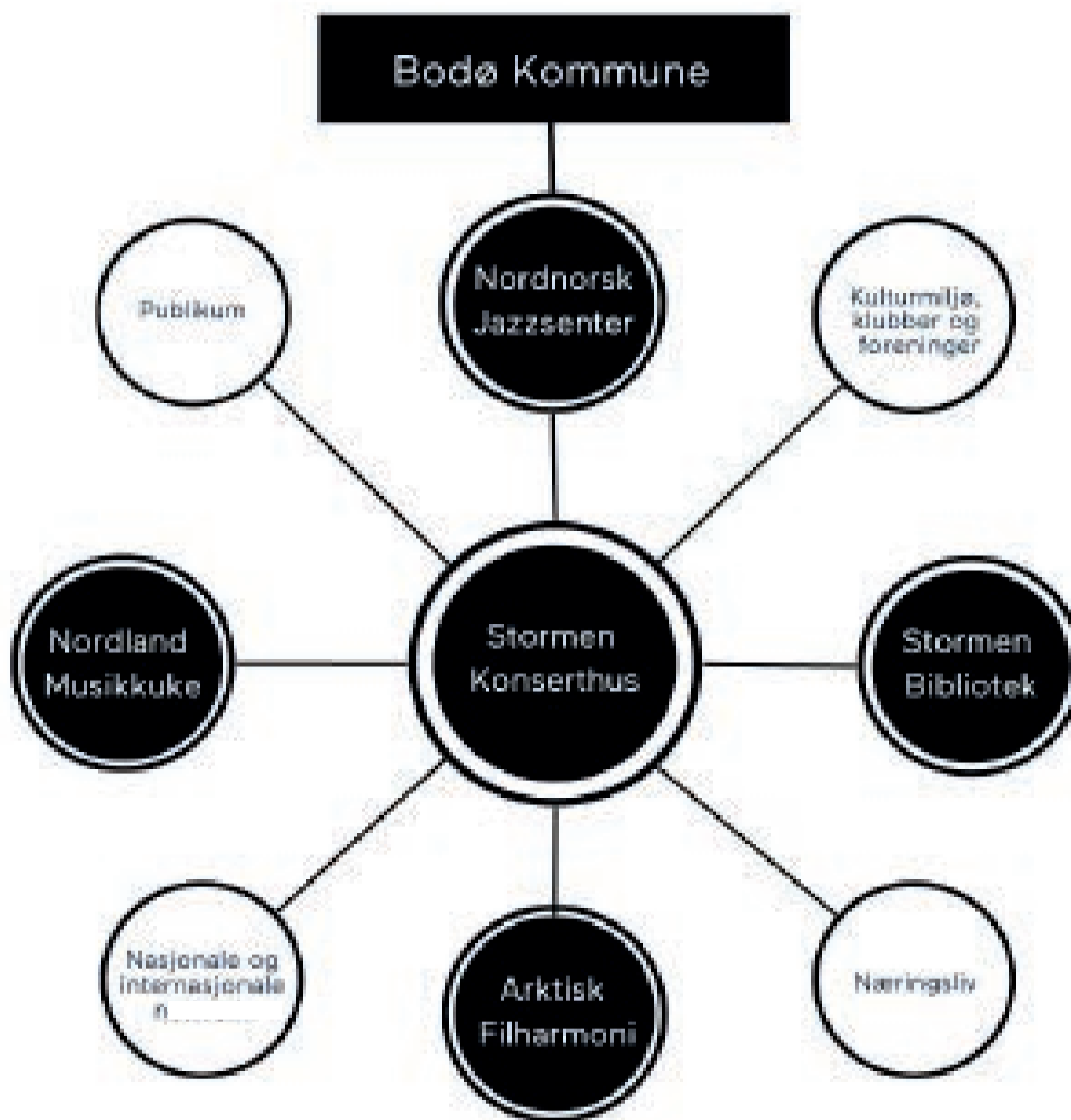




6. Samarbeidspartnere

Stormen samarbeider med et stort antall leietagere, samarbeidspartnere, arrangører, kulturaktører, kunstnere, foreninger og mange flere. Alle er de med på å sette sitt preg på Stormenkvartalet og på kulturtilbudet i Bodø. Disse er en svært viktig del av virksomheten.

I lys av kontraktlige forpliktelser har Stormen fire lokale samarbeidspartnere, foruten Bodø Kommune, som skiller seg ut og utgjør grunnlaget for den daglige virksomhet.



7. Posisjoner

Stormen har en funksjon for byens innbyggere og aktører som alle har ulike behov. Vi har definert seks posisjoner som Stormen inntar og som gir mulighet for systematisk og strukturert arbeid med Stormens virksomhet og relasjoner til omverden.

Stormen arbeider strategisk med planlegging, kommunikasjon, økonomi og måloppnåelse ut fra disse seks posisjoner.



Posisjoner

Stormen Basis

Stormen Konserthus' kjernedrift inkluderer samarbeid med og leveranser til konserthusets fire viktigste samarbeidspartnere. Stormenkvartalets basisdrift og basisøkonomi er knyttet til denne posisjon.

Mangfoldsgarantisten

Stormen er garantist for et mangfoldig tilbud i Bodø, hvor det er plass til både smale sjangre og store folkelige arrangementer. Stormen arbeider for bredde i kulturtilbudet som kan nå et mangfoldigt publikum.

Møteplassen

Kulturbygging forutsetter samhandling og møteplasser. Stormen er møteplass for unge, foreninger, klubber og amatører og gir gode rammer for kulturaktører, både med tanke på lokaler, produksjonsassistanse og aktiviteter.

Kommersiell arena

Stormen fastholder og utvikler sin posisjon som kommersiell aktør, som utleier til kultur og konferanser og som arrangør av kommersielle arrangementer. Denne posisjon vurderes å være en økonomisk forutsetning for Stormens øvrige virksomhet.

Det kulturelle fyrtårn

Konserthuset vil huse markante kulturaktiviteter og begivenheter som skaper synlighet i et regionalt, nasjonalt og internasjonalt perspektiv. Som kulturelt fyrtårn skapes det identitet og tilhørighet hos et lokalt og regionalt publikum, i tillegg til å bygge omdømme nasjonalt og internasjonalt.

Byens seremonimester

Det naturlige stedsvalget for å markere høytider og merkedager i folks og byens liv, samt å være et naturlig samlingssted for byen.

8. Muligheter, styrker og kompetanse

Stormen med bibliotek og konserthus rommer, i kraft av beliggenhet, bygninger og teknisk innretning, unike muligheter for produksjon, vertskap og formidling av kunst og kultur til alle i Bodø. Med en godt organisert stab med god relevant kompetanse, som arbeider med åpenhet og kulturell nysgjerrighet, har Stormen gode muligheter for å spille en enda viktigere kulturell rolle.



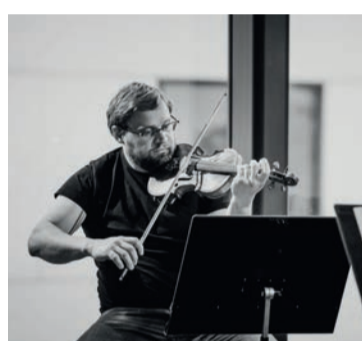
Kjernekompetanser

Stormen har en rekke kjernekompetanser, som gir virksomheten unik mulighet for å skape verdi for eier, for publikum og for sin omverden i øvrig. Disse kompetanser rommer hver især potensialer for ytterligere utvikling, og utgjør samtidig grunnlaget for konserthusets løpende prioriteringer og oppgaveløsning



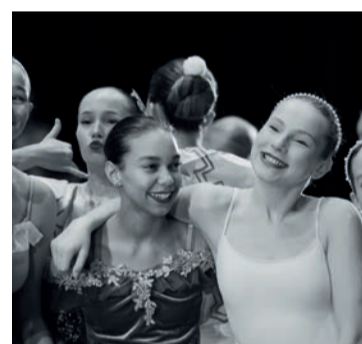
Bygg og beliggenhet

Signalbygg på "den beste tomta i byen" med en mix av ulike scener og kulturrom, akkustiske kvaliteter og scenetårn. Stormen bidrar til å skape identitet til byen og dens innbyggere.



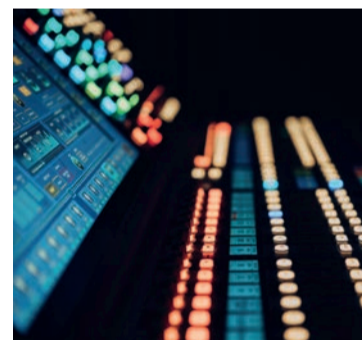
Strategisk partner

Stormens tilbud defineres i vesentlig grad gjennom samarbeid, partnerskap og nettverk og bidrar også til verdiskapning til kulturmiljøet. Konserthuset har også sterk tilknytning til flere nasjonale og internasjonale nettverk og kulturmiljøer.



Møteplass

Stormen er et møtested hvor den sosiale verdi av å møtes er i fokus, slik som Sinus Cafe, Lørdag i Stormen og Lunsjkonserter.



Plug and play

Stormen har en unik produksjonskapasitet i kraft av lokaler og kompetanse blant husets produsenter, arrangementsansatte, teknikere og kommunikasjonsmedarbeidere. Infrastrukturen er slik at kulturaktørene bare kan "plukke seg inn" på Stormen og så er vi klare.



Produksjon for og av det lokale

Stormens egenproduksjon og egenprogrammering knytter kunstneriske- og kulturelle aktiviteter med lokalt kulturliv. Dette realiseres gjennom forankring og samhandling med kulturmiljøene.



Publikumsdata

Stormen Konserthus sitter på eierskap av en stor mengde publikumsdata og har dermed kunnskap om publikum. Disse dataene muliggjør målrettet programutvikling, produksjon og markedsføring.

9. Verdiskapelse

Stormens misjon går ut på å skape verdi for et mangfold av publikum og samarbeidspartnere. For å ha en rettesnor på hva vi skal prioritere og for å kunne gjøre gode vurderinger har vi klare definisjoner på hva vår misjon innebærer og hvordan vi kan måle vår egen innsats.

Misjon Bodø

Berikelse
Opplevelser
Drivkraft
Økt tilhørighet

Når vi arbeider med «berikelse» har vi fokus på:

- Utvide horisonten
- Videreføre kulturarv
- Bygge mestring

Når vi arbeider med «Opplevelser» har vi fokus på:

- Kunstnerisk opplevelse
- Utvidet opplevelse
- Bånd mellom scene og sal

Når vi arbeider med «Drivkraft» har vi fokus på:

- Lokal kultur
- Kultur som næring
- Kulturturisme

Når vi arbeider med «Økt tilhørighet» har vi fokus på:

- Kulturelle referanser
- Levende samfunn
- Inkludering og mangfold

Stormens misjon kan oversettes til et «kulturelt verdiskapelseskort», som anvendes i interne beslutnings- og evalueringprosesser for å vurdere konserthusets verdiskapning. Dette for skape direkte sammenheng mellom Misjon B.O.D.Ø og måten konserthuset arbeider, prioriterer og tar beslutninger.







10. Økonomiske rammevilkår

Stormen Konserthus skal være en virksomhet som balanserer økonomisk mellom samfunnsoppdrag og kommersielle aktiviteter.

Stormens økonomiske forretningsmodell består av en blanding av tilskudd og egeninntjening.

Egeninntekter:

- Billettinntekter
- Salg av mat og drikke
- Utleie offentlige kulturarrangementer
- Utleie møte og konferanse
- Andre spesialiserte ytelser
- Faste leieinntekter

Tilskudd fra offentlige og private

- Medfinansiering fra Bodø Kommune
- Tilskudd fra andre aktører slik som fond og Kulturrådet
- Sponsorere
- Medfinansiering fra co-produksjoner og samarbeider

Historisk har egeninntjeningen på Stormen Konserthus bestått av 2/3 av den totale inntjeningen, men har de siste to årene vært preget av pandemi og ny konkurransesituasjon. Det forventes at det vil ta tid før effekten av pandemien er overstått og man er tilbake til normalen og det forventes at situasjonen vil kunne vedvare til slutten av 2024. Inntil da er det behov for å øke inntektene og Stormen skal jobbe strategisk for å øke egeninntjeningen samtidig som det forventes en økning gjennom tilskudd fra Kulturrådet og diverse fond.

På bakgrunn av disse inntektskilder er det viktig å sikre gode økonomiske forutsetninger, samtidig som vi oppfyller samfunnsoppdraget som ligger i eierstrategien.

I planperioden skal Stormen arbeide med å sikre bedre økonomiske betingelser gjennom tilskudd og strategisk samarbeid. Dessuten videreutvikle Stormen som kommersiell arena. Vi skal fortsette å arbeide med nasjonale og internasjonale fond og kultursatsinger som kan bidra til å realisere produksjoner og til å styrke samarbeidet med lokale aktører og sponsorer.

11. Bærekraft

Stormen har en sterk miljøprofil og bevissthet om bærekraftig drift som kulturvirksomhet. Bærekraft for Stormen handler om en sterk miljøprofil, men også om å bidra til byutvikling, rettferdighet og innovasjon.

Stormenkvartalet er sertifisert miljøfyrtårn og har aktivt bidratt til å gjøre Bodø til en bærekraftig reisedestinasjon gjennom sitt medlemskap i Visit Bodø. Som virksomhet eid av Bodø Kommune arbeider Stormen med tre av FNs bærekraftsmål som et ledd i det strategiske arbeidet.

Stormen Konserthus fremmer den kulturelle og sosiale bærekraften samtidig som vi ivaretar miljø- og klimaperspektivet.



Innovasjon og infrastruktur FNs bærekraftsmål nr. 9

Innovasjon handler om å drive prosesser som har som mål å skape noe nytt både i tanke og handling. Kulturfeltet knytter forbindelser mellom mennesker, verdener, ideer og tankesett. I kulturens arena møtes, opplever og samskaper vi på tvers av etnisitet, alder, arbeid eller stilling. I en verden hvor det markedsorienterte rasjonale er styrende er det stort fokus på tankesett som understøtter kvantitative mål. Kulturens tankesett innebærer i høyere grad fokus på prosesskvalitet og legger opp til nytenkning og nye handlemåter. Det handler om å bidra til å utfordre og skape nye sannheter.



Ansvarlig forbruk og produksjon FNs bærekraftsmål nr. 12

Verdien av kulturens samfunnsmessige bidrag er i høy grad av symbolsk og sosial karakter. Selv om kulturens avtrykk i den store samfunnsøkonomien er begrenset, har sektoren stor innflytelse og påvirkningskraft i samfunnsmessige forandringer av prioriteringer og verdier.

Å integrere gode bærekraftige rutiner i praksis blir derfor også et spørsmål om å vise overfor omverdenen, at det lar seg gjøre å forankre bærekraft som kjerneverdi i arbeidskultur og kreativ praksis. Som kulturinstitusjon må vi synliggjøre, inspirere og handle på en måte slik at vi bidrar til et bedre miljø og klima.

Som del av vårt bærekraftsarbeid jobber vi også med:

Det å utjevne sosiale forskjeller er viktig for at alle skal ha det godt. Konserthuset er bevisst på at kultur koster og at det kan være en terskel for noen. Derfor skal vi jobbe for å skape tilbud som er tilgjengelige for flere som enten er gratis, eller har en ekstra lav pris. Stormen skal fortsette å sørge for at konserthuset er tilgjengelig for hele folket og at det er et hjem til mangfoldet. Stormen har også reservert et antall billetter som vi tilbyr til flyktninger i regionen og har som mål å utvide dette tilbudet til flere i løpet av strategiperioden.

Prosjekter som varer ut over opplevelsesøyeblikket:

Alle våre prosjekter har som formål å skape verdi til regionen. Derfor ser vi alltid etter prosjekter hvor vi kan tilføre gode opplevelser samtidig som vi kan styrke kompetanse og utvikling i kulturmiljøet. Samarbeid og langsiktige perspektiver spiller en vesentlig rolle i vårt arbeid. For oss handler bærekraft om hvordan vi skaper et samfunn det er godt å leve i, derfor er vår misjon å gjøre Bodø og omegn til et bedre sted å bo.



11. Organisasjon og kultur

Stormen arbeider for at utvikle en trygg, inkluderende og selvregulerende organisasjonskultur som det er attraktivt å være en del av.

For å oppnå dette fortsetter vi det interne arbeidet med å involvere de ansatte i strategien og verdiene til Stormen Konserthus. Vi ønsker en kultur som preges av at vi sammen skaper verdi for folk i Bodø og regionen gjennom en felles visjon.

Stormen jobber for å styrke tillit, fellesskap og samarbeid internt, mellom kollegaer og mellom avdelinger. Dessuten arbeider vi for å skape arenaer for samhandling mellom de ansatte på alle nivåer.



12. Stormens strategiske oppdrag

Med utgangspunkt i strategiens overordnede elementer, er det utpekt ti «oppdrag» som Stormen arbeider med i strategiperioden. Til hvert oppdrag er det knyttet et eller flere resultatmål med indikatorer, som brukes til å vurdere måloppfyllelse. Oversikten over oppdrag, resultatmål og indikatorer vil i strategiperioden bli brukt til å guide utviklingsaktiviteter og konkret innsats.

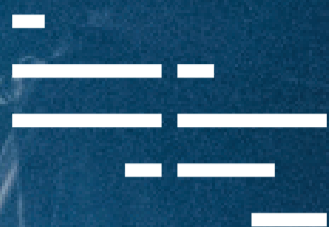


- Tett og familiær relasjon til de ulike brukergruppene
- Et rikt kvalitetstilbud som skaper opplevelser og bygger kulturell kapital hos det mangfoldet av mennesker regionen består av
- Daglig prat som styrker omdømmet som viktig bidragsyter til folks trivsel og tilhørighet til regionen
- Rituelle signalarrangement som bygger tradisjoner og er viktige for folket
- Når ut med en sømløs sameksistens mellom en fysisk og digital verden



- Datadrevet styringsverktøy som bygger en misjonsdrevet bedriftskultur
- Arbeid som drives fram av et sterkt og velfungerende lederteam med en felles visjon
- En trygg, inkluderende og selvregulerende organisasjonskultur som det er attraktivt å være en del av
- Alle som besøker Stormen blir sett og forstått som individ og i rolle
- En virksomhet som balanserer økonomisk mellom samfunnsoppdrag og kommersielle aktiviteter

STORMEN



**Vi vil gjøre Bodø og omegn til
et enda bedre sted å bo**

